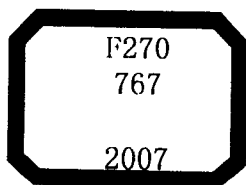


企业 战略网络 管理模式

李焕荣 林健 著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE



企业战略网络管理模式

李焕荣 林健 著

经济管理出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

企业战略网络管理模式/李焕荣, 林健著. —北京:
经济管理出版社, 2007.1

ISBN 978-7-80207-777-5

I. 企... II. ①李...②林... III. 企业管理 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 133594 号

出版发行: 经济管理出版社

北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 11 层

电话: (010) 51915602 邮编: 100038

印刷: 三河市海波印务有限公司

经销: 新华书店

选题策划: 陆雅丽

责任编辑: 张丽生

技术编辑: 晓 成

责任校对: 超 凡

787mm×1092mm/16

17 印张 281 千字

2007 年 1 月第 1 版

2007 年 1 月第 1 次印刷

定价: 38.00 元

书号: ISBN 978-7-80207-777-5/F·652

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部

负责调换。联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

目 录

第一章 绪 论	1
1.1 现代企业战略管理理论的核心逻辑分析	1
1.2 现代企业战略管理理论研究的发展趋势	3
1.3 战略网络理论研究综述	4
1.4 本书研究的目的与意义	13
1.5 本书研究的基本思路和主要内容	14
1.6 本书研究的关键问题	18
本章参考文献	19
第二章 战略网络的基本问题	23
2.1 引言	23
2.2 战略网络的内涵	24
2.3 战略网络的特征	28
2.4 战略网络的类型	31
2.5 战略网络的构成要素	34
2.6 战略网络的功能	36
2.7 战略网络的优势与风险	38
2.8 本章小结	39
本章参考文献	39
第三章 战略网络的基本原理	43
3.1 引言	43
3.2 可渗透性原理	43
3.3 共生原理	49



3.4	自创生原理	52
3.5	硅谷高科技产业网络的自创生	59
3.6	本章小结	60
	本章参考文献	60
第四章	核心能力、战略网络与企业绩效	63
4.1	引言	63
4.2	企业核心能力与企业绩效	65
4.3	战略网络与企业绩效	71
4.4	现代企业绩效模型的建立	83
4.5	本章小结	85
	本章参考文献	85
第五章	基于核心能力的现代企业战略网络管理模式	89
5.1	引言	89
5.2	基于战略网络的企业战略观	90
5.3	企业核心能力与战略网络的互动作用	94
5.4	基于核心能力的现代企业战略网络管理模式的基本框架	96
5.5	基于核心能力的现代企业战略网络管理模式的特点	102
5.6	基于核心能力的现代企业战略网络管理模式的作用	104
5.7	本章小结	106
	案例：美国 Dell 公司的网络组织实践与启示	106
	本章参考文献	109
第六章	企业核心能力识别方法	113
6.1	引言	113
6.2	现有企业核心能力识别方法综述	114
6.3	基于系统观的企业核心能力识别的基本思路	117
6.4	企业核心能力的构成要素	118
6.5	企业核心能力识别的基本原则	120
6.6	企业核心能力识别指标体系设计	121
6.7	基于多维偏好图示分析的企业核心能力识别方法	123
6.8	基于多维偏好图示分析的企业核心能力识别方法应用实例	127



6.9 本章小结	132
本章参考文献	133
第七章 基于核方法的企业关系网络分析	135
7.1 引言	135
7.2 组织间关系的内涵与特征	136
7.3 组织间关系的结构和功能	141
7.4 组织间关系的类型	144
7.5 基于核方法的企业关系网络分析方法研究	148
7.6 基于核方法的企业关系网络分析方法的实际应用	157
7.7 本章小结	163
本章参考文献	163
第八章 网络学习机制与企业网络学习策略	167
8.1 引言	167
8.2 网络学习内涵、构成要素、特性和类型	168
8.3 基于战略网络的网络学习机制	174
8.4 企业在战略网络中的学习博弈分析	179
8.5 企业在战略网络中的网络学习策略	184
8.6 本章小结	188
案例：日本丰田汽车公司的供应商学习网络及其启示	188
本章参考文献	192
第九章 协同商务与企业战略网络信息共享	195
9.1 引言	195
9.2 协同商务概述	196
9.3 基于协同商务观的企业战略网络信息系统	202
9.4 基于 XML 的企业战略网络信息共享平台及其实现	206
9.5 基于 XML 的企业战略网络信息平台应用实例	215
9.6 本章小结	218
本章参考文献	219



第十章 战略网络内部的相互信任及其信任机制	221
10.1 引言	221
10.2 战略网络内部相互信任的基本问题	222
10.3 战略网络内部相互信任机制基本框架的建立	233
10.4 网络信任度计算模型的建立	236
10.5 战略网络内部相互信任的激励模型	239
10.6 本章小结	246
案例:美国和日本汽车制造业供应网络内部相互信任与 网络绩效的比较	246
本章参考文献	248
第十一章 总结与展望	253
11.1 总结	253
11.2 本书的创新点	255
11.3 今后研究工作展望	256
附录 1 公司核心能力调查	257
附录 2 公司与其供应商关系问卷调查	258
附录 3 专家对 20 家供应商关系评价综合得分汇总	260
后 记	263

第一章 绪 论

1.1 现代企业战略管理理论的核心逻辑分析

企业战略管理理论产生与发展的直接原因就在于企业外部环境的剧烈变化^{[1]*}。经营环境的不断变化,导致企业战略管理理论也在不断地发展和创新。20 世纪 90 年代以来,企业的经营环境发生了巨大的变化,主要表现在:

(1) 知识社会已初见端倪。不同学科交融的技术创新不断提高,知识更新的速度日益加快,新产品生命周期越来越短,使得单个企业独立开发新产品存在巨大的投资风险,增加了建立合作网络的动力。

(2) 经济和市场的全球化。这导致了商品、服务、技术和资本的全球输出,实现了经营全球化,企业间的相互联系和相互依赖度越来越大,产生了各种模式的网络化经营。

(3) 网络经济的到来。Internet 作为一种自由、开放、平等的信息传输和双向沟通网络,突破了信息沟通的时空障碍和技术障碍,使得个人、组织和社会的交流和合作比以往任何时候都要快捷和便利,为企业合作网络提供了技术支持,加快了企业合作网络的进程,也产生了基于网络的思维方式。

(4) 社会经济的可持续发展战略。它改变了组织的价值观,促进了组织在追求自身利益的同时,还要从相关利益者的角度出发,关注其存在的社会、生态、环境的价值,产生了“相互依赖、共同发展”的理性生态合作思想。

在这种环境下,一方面,企业竞争的范围无限扩大,进入了一个无国界的竞争时代;另一方面,企业与其供应商、生产者、销售商、顾客、其他组

注: * 表示引文出处见“本章参考文献”的编号。如果引文的学者与“参考文献”的学者不一致,表示转引自“参考文献”学者的著作(全书同)。



织和相关利益者的合作关系越来越密切,企业间的竞争已不再是工业时代那种你死我活的竞争,而是基于网络思维下的合作网络竞争,即网络经济下的竞争已不再是单个企业之间的竞争,而是企业合作网络之间的竞争,这是一种新的竞争形态——网络竞争。

在网络竞争环境下,经营环境可谓充满了复杂性、不确定性和多元性,企业正经受着全方位不断变化的冲击,组织的机构、战略、经营过程、管理模式随之发生巨大变化,正如普里哈拉德(Prahalad, C.K)和哈默(Hamel, Gary)所说“一个全新的环境已挑战很多的产业,不断的突破和富有侵略性的竞争已经改变了战略构成的本质”、“网络竞争需要对战略的重点有一个根本性的改变”^[2]。因此,战略管理研究者纷纷从不同的角度,研究网络竞争环境下的企业战略管理理论,这些具有开拓性的研究极大地丰富了现代企业战略管理理论。

综观 20 世纪 90 年代以来企业战略管理理论研究的历程,在理论界和实践中有较大影响的理论有四种:能力理论(Capability Theory)、动态能力理论(Dynamic Competence Theory)、复杂理论(Complexity Theory)、合作竞争理论(cooperation Theory)。作者采用核心逻辑分析方法分析这些理论,来揭示现代企业战略管理理论研究的发展趋势(见表 1.1)。

表 1.1 现代企业战略管理理论的核心逻辑比较

理论类别	能力理论	动态能力理论	复杂理论	合作竞争理论
对市场条件的认识	相对稳定、线性可测	无序、突变、不可预测	混沌、非线性	互动性、动态性
对竞争优势之源的认识	难于模仿的、持久的核心能力	不断创新的能力	进化的商业生态系统和合作能力	有效的合作竞争能力
分析单元	企业内部	企业与企业经营环境	商业生态系统	博弈参与者构成的价值链
战略管理的重点	培养、应用和提升核心能力,发挥其杠杆作用	快速、敏捷地打破均衡,创造不连续的创新	保持商业生态系统进化和关系网络管理	PARTS 模式分析,保持合作竞争关系
合作的态度	机会主义的合作	短期的合作	共生的周期合作	竞争的合作
战略的特性	长期性、稳定性	短期性、不确定性	周期性、互动性	动态性、互动性、自适应性

所谓“核心逻辑(Core Logics)”是指一种理论的核心思维模式,是“能够详细说明战略目标、框架、能力与成功期望的一套相互联系的原则”^[2]。核心



逻辑提供了一个理论的主要原理和前提,描述了一个企业的战略选择与行动结果的因果关系,它是构成一个具体战略管理理论的基础,实质上反映了每个战略管理理论的中心思想。

1.2 现代企业战略管理理论研究的发展趋势

尽管现代企业战略管理各种理论的核心逻辑各有不同,但通过比较分析,作者认为它们至少有四个共同点:系统性、合作性、创新性、动态性,这些共同点反映了企业战略管理理论研究在网络竞争环境下的发展趋势^[3]:

(1) 企业战略管理的主体已由单个企业转向与企业相关的整个网络。四种理论都已意识到,战略必须具有系统性,企业作为商业系统的子系统,企业战略必然与整个商业系统密切相关,特别是在网络经济环境下,企业与合作的边界越来越模糊,企业的关系网络及其管理“必然将成为新的管理范式与新的竞争游戏规则”,“关系管理是当今企业成功的关键”^[4],企业的生存与发展依赖于与之相关的参与者及其所构成的商业系统。整合网络思想于企业战略管理理论研究之中,是现代企业战略管理理论研究的新动向。

(2) 企业战略管理的核心思想由传统的敌对竞争思想转变为共赢的合作竞争思想。四种理论都强调合作的重要性。认为要跨越传统企业的边界,必须加强发展个人间、部门间和组织间的交流与合作。“成功需要边界的渗透性和多种至少是暂时的联盟与交流”^[2]。同时存在竞争与合作,以合作求生存,靠竞争求发展。由此可见,以实现共赢为目标的合作竞争思想已成为现代企业战略管理的主导思想。

(3) 企业战略管理的重点从原来注重内部现有资源与外部环境的匹配转向注重内部核心能力和外部资源能力的整合,强调现代企业战略的整合性和预见性。四种理论都“注重未来和预测行动事件的长期效果”^[4],强调创新、发明、创造是“利用现时机会和创造未来的首要途径”^[5],“单从过去情况得出简单的推断,或努力去维持现状来保证企业长期成功”^[4]都是不可能的。因此,新的企业战略管理要“为未来而竞争”^[5],体现前瞻性和主动性,注重企业核心能力的培养、使用和提升。

(4) 企业战略管理的性质从原来的静态、单向战略转向动态、互动战略。



四种战略管理理论都承认战略的效果依赖于环境,认为战略和环境都是动态的,而且企业的“商业活动是一种博弈行为”^[6],企业战略要随商业博弈的变化而作出相应的调整与变化,体现战略的动态性、互动性和自适应性。

从现代企业战略管理理论发展的趋势看,未来的企业战略管理理论必然是多种理论的整合^[7]。如何通过吸收和整合各种理论的核心思想,形成一种“面向未来,持续创新,共求发展”^[8],适应网络竞争环境的企业网络战略思想,是21世纪现代企业战略管理理论研究亟待解决的问题。

战略网络(Strategic Networks)作为网络竞争环境下兴起和发展起来的新战略思想,为现代企业战略管理理论的整合提供了有效途径。所谓战略网络是指由社会的不同组织或个人为了共同的远景,通过一定的协议或契约联结在一起的、以彼此间相互信任和长期合作为基础而构成的、具有战略意义的、不断进化和优化的动态合作网络^[9]。

1.3 战略网络理论研究综述

从国外企业战略管理学者对战略网络研究历程看,雅里诺(Jarillo, J. C)于1988年在国际著名杂志《战略管理杂志》(Strategic Management Journal)发表题为《战略网络》的论文,首次从战略的高度提出“战略网络”概念,认为战略网络是一种关系网络,是获取企业生存和发展所需资源和知识的关键渠道,是“企业竞争优势之源”^[11],而不仅仅是一种组织模式,使之有别于一般意义的网络组织。该文章的发表标志着战略网络理论研究的开始。

随后,战略管理研究者开始对企业之间和企业与其他组织之间的关系网络研究产生兴趣。1992年诺里亚(N. Nohria)等编辑出版的论文集《网络与组织:结构、形式和行为》,汇集了社会网络理论、组织理论、战略理论、经济理论研究者对战略网络研究的最新成果。与此同时,战略网络研究的奠基者雅里诺,通过几年对战略网络的进一步研究和实证考察,于1993年出版其专著《战略网络》,标志着战略网络理论的基本形成。

1996年本杰明·戈梅斯-卡塞雷斯(B. Gomes-Casseres)出版专著《联盟革命:企业竞争的新形式》,该书通过大量的著名企业战略联盟网络的发展历程分析,研究了网络竞争的态势与网络结构,网络战略优势获取的基本战略,如



何建立和管理网络战略等；2000年理查特（Richter, F. J）出版专著《战略网络——日本企业间合作的艺术》，该书以日本企业的战略网络为例，研究了战略网络的理论基础、战略网络形成动因、战略网络的管理与进化，进一步丰富了战略网络理论及其应用。

2000年《战略管理杂志》出版“战略网络”论文专集，介绍了当前有关战略网络研究的最新成果，指出“我们觉得认真地强调战略网络是如何影响公司的利润率问题——战略研究的一个中心问题的时机已成熟”，强调这一理论要整合和系统化，使之成为比较完整的理论体系，有效地指导企业在网络竞争环境下制定和实施战略网络，标志着战略网络研究进入了一个系统整合阶段。

综合有关文献，将国外有关战略网络研究分为六个主要方向：①基于经济社会学的战略网络研究；②基于组织理论的战略网络研究；③基于企业文化的战略网络研究；④基于集群理论的战略网络研究；⑤基于商业生态学的战略网络研究；⑥基于联盟网络理论的战略网络研究。

1.3.1 基于经济社会学的战略网络研究

这方面的代表人物是古莱特（Gulati, R）。他运用新经济社会学来研究企业战略网络。其主要代表作有《战略网络》（2000）、《联盟与网络》（1998）、《网络位置与学习：网络资源和公司能力对联盟形成的影响》（1999）。他的主要研究成果包括：

（1）规范了战略网络的定义，界定了战略网络的研究范围，明确地将对企业有战略意义的战略联盟、合资、长期的买卖伙伴和集群都归集为战略网络^[10]，强调它是嵌入于企业之中的关系网络，对企业的生存与发展具有战略意义。

（2）用社会网络理论“嵌入性”和“结构洞”原理证明了战略网络对企业行为和绩效的影响，说明战略网络及其管理能力是网络资源和关系资源^[12]，是参与者在网络中所获得的独特资源，是一种核心能力；对于企业来说，这种资源是一种既有机会又有约束的资源，因为“网络也意味着企业被锁定在非生产关系里或排除与其他可行的组织结成伙伴的机会”^[10]。

（3）强调战略网络是一个企业接近信息、资源、市场和技术的关键渠道，能够取得学习、规模和范围经济的优势，直接影响企业的战略行为和竞争优势^[13]。

（4）提出要整合战略网络于企业战略研究之中，并提出可从产业结构、产



业内分析、企业能力、交易成本和转换成本、网络进化和企业收益等方面与现有的战略研究相结合^[10]。

但其研究缺乏系统性,理论体系不完善,对于如何整合战略网络于企业战略管理理论研究中,没有提出具体的理论框架及其支撑的定量技术方法。

1.3.2 基于组织理论的战略网络研究

这方面的代表人物是雅里诺。他运用组织理论来研究战略网络。其主要代表作为《战略网络》(1998)、《战略网络——创造无边界的组织》(专著,1993)。其主要研究成果包括:

(1) 最早提出战略网络的概念。他认为战略网络是一种长期的有目的的组织安排,其目的在于通过战略网络使企业获得长期竞争优势^[11]。

(2) 提出了用商业系统思想去研究企业经营活动^[14]。他认为要实现产品/服务有效地传送到顾客手中,整个商业活动过程都必须合作,如何选择组织合作方式的中心问题就是要保证企业的持续竞争优势^[20]。

(3) 提出了组织商业系统活动方式的评价标准是最大化组织效率与灵活性,并通过比较层级制、市场和战略网络三种组织方式,说明战略网络是网络经济时代最佳组织模式^[14]。

(4) 初步形成了战略网络的基本理论,包括网络选择的时机和信任机制的建立,利用交易成本理论说明何时建立网络为好,运用博弈理论研究组织间信任的机制,有利于指导企业进行战略网络管理。

其研究的主要不足是:没有考虑社会和文化对网络的影响;没有系统研究战略网络的成因;对战略网络的关键——学习过程没有深入研究;缺乏对其进化过程进行研究。

1.3.3 基于企业文化的战略网络研究

这方面的代表人物是理查特(Richter, F. J)。他曾长期担任欧洲著名跨国公司驻东亚国家的代表,对东亚国家和企业的文化和背景有深入了解。理查特从文化视角研究东亚企业成长,并于2000年出版了专著:《战略网络——日本企业间合作的艺术》。该书以日本企业的战略网络为例,研究了战略网络的理论基础、战略网络形成动因、战略网络的管理与进化^[15],丰富了战略网络理



论及其在实践中的应用。其主要研究成果有:

(1) 揭示了日本经济及其企业成功的关键因素之一在于企业战略网络管理水平高。指出由于文化的差异,日本企业的战略网络与西方一般意义上的网络组织不同。日本企业的战略网络注重知识、能力资源的共享和社会同一性。

(2) 突出文化在战略网络形成和进化中的作用。强调由于日本企业受日本文化影响,容易在战略网络内部形成包括高度忠诚、相互信任、自我尊重和统一价值观的网络文化。

(3) 运用企业系统理论、成长理论和博弈论系统研究战略网络的动因,为战略网络研究提供了理论基础。

(4) 重点分析了战略网络企业间的网络学习过程,说明战略网络在知识管理和能力培养中的特殊意义。

(5) 论述了企业后勤合作、技术合作和全球化合作中的战略网络管理问题,为战略网络走向实际应用奠定了基础。

(6) 强调企业家之间的关系在战略网络中的重要性。

其研究也有不足之处:对如何建立战略网络没有提出可行的办法;没有将战略网络管理整合于企业战略管理之中;缺乏对网络信息管理及其技术的研究;缺乏定量的研究分析方法。

1.3.4 基于集群理论的战略网络研究

由于企业集群是在一特定区域内的一群相互联系的公司和各种组织(包括学校、研究机构、中介机构、客户等),是为了获取新的和互补的技术、从联盟中获益、加快学习过程、降低交易成本、分担风险而结成的网络^[16]。因此,作者认为企业集群是战略网络的一种,集群研究也属于战略网络研究范畴。

迈克尔·波特(M. E. Porter)是这方面的代表人物。其集群研究的主要代表作有《国家竞争》(专著,1990)、《亚当·斯密:区位、集群和竞争的“新”竞争微观经济学》(1998)、《集群与新竞争经济学》(1998)、《产业集群与竞争:企业、政府和机构新议题》(1999)和《竞争论》(论文集,2003)。其集群理论主要是通过对各国典型区域的企业集群(如硅谷和波士顿的高新产业区、意大利的皮革制造企业集群等)的实例分析和研究所得,他认为“所有进步的经济体中,都明显存在着企业集群,企业集群的形成,也是经济发展的基本因素之一”^[17]。其主要观点是:



(1) 集群是位于某个地方、在特定领域内获得异质的竞争胜利的重要集合, 地理位置是一个竞争优势。

(2) 企业集群是一个开放体系, 具有外部效应, 同一地区内的公司或机构之间相互联系、共享知识。企业集群是一种“新竞争”和“新经济”。

(3) 企业集群是由地理位置所处的社会、文化、政策等条件形成的, 具有历史依赖性。

(4) 集群是空间布局上的新组织形式, “代表一种合作与竞争的组合”^[18], 是一种合作竞争思想, 是一种群体思维 (突破单个实体的狭隘思想)。

(5) 提出国家竞争力钻石模型^[18], 分析了企业集群的成因、特征和网络关系, 揭示了企业集群与竞争优势的关系, 丰富了战略网络理论与分析研究的内容。

其研究存在的主要问题有: 过分强调地理位置在企业集群形成中的重要性, 认为在网络经济时代“地点仍是竞争的根本”^[18], 产业选择首要问题是区位; 仍是基于竞争观点的价值链的静态运用; 强调政府产业政策对集群管理的作用, 忽略了企业本身在关系网络管理中的能动作用; 利用集群理论侧重于支持区域经济和产业发展的研究, 而非用于微观层面的企业战略研究之中; 整个理论缺乏技术分析方法的支撑。

1.3.5 基于商业生态学的企业战略网络研究

该方面的代表人物是詹姆斯·弗·穆尔 (Moore, J.F)。他提出的企业商业生态系统包括了供应商、主要生产者、竞争对手、顾客、科研机构、高等院校、行政管理部门、政府及其他利益相关者等, 认为这些成员相互依赖、共同进化形成交错复杂的关系网络^[19]。从本质上看, 企业商业生态系统也是一种战略网络, 有关商业生态系统研究也属于战略网络研究领域。

穆尔的代表作为 1996 年出版的《竞争的衰亡: 商业生态系统时代的领导和战略》(1999 年中文版), 他认为网络经济世界的运行并不都是你死我活的斗争, 而是像生态系统那样, 企业与其他组织之间存在“共同进化”关系。在企业的商业生态系统中, 彼此间相互合作, 努力营造与维护一个共生的商业生态系统。其主要观点如下:

(1) 提出了企业商业生态系统的新观念, 认为企业是这个系统的成员之一, 系统决定了企业的行为和价值, 企业必须立足于整个商业生态系统来制定



战略。

(2) 按照自相似、自组织、自学习与动态进化的原则设计网状结构组织和系统(即网络组织),通过共创愿景、系统思考、网络学习、共享知识、协同作用,使企业在创造未来中实现可持续发展。

(3) 强调建立一个相互依赖、相互学习、共同进化的企业生态系统是企业持续发展的前提,企业的绩效主要取决于其在这个系统中合作和网络关系管理能力的水平。

(4) 一个企业生态系统是一个动态合作演化过程,包括了开拓、扩展、权威、重振或死亡^[20]。企业生态系统的合作过程不断循环,促进系统的进化和企业的发展。

这一方面研究的主要不足是:过分强调系统选择企业,忽略了企业自身能力的重要性;忽略企业关系网络管理能力的重要性;对企业生态系统的进化过程缺乏深入研究;缺乏有力的技术分析方法。

1.3.6 基于联盟网络理论的战略网络研究

这方面的代表人物是本杰明·戈梅斯—卡塞雷斯(B. Gomes-Casseres)。他应用联盟网络理论来研究战略网络。其有关联盟与网络的研究成果集中反映在1996年出版的专著《联盟革命:企业竞争的新形式》中。他从联盟网络化的视角,结合实际案例,定性分析和研究了联盟网络竞争过程,尽管没有正式提出战略网络概念,但实际上联盟网络本身就是战略网络,其研究的内容属于战略网络范畴,主要成果包括:

(1) 通过大量高科技行业战略联盟案例研究分析,揭示出现代商业竞争“不仅发生在单个企业间,并且存在于各个企业联盟网络之间”^[21],联盟网络对企业战略行为和竞争能力产生巨大影响,代表一种新的竞争态势,企业战略管理的重心由个别企业转向企业战略网络。

(2) 处于战略网络中的企业能获得两方面的竞争优势:一是网络优势(Networks-based Advantages),这是企业从网络及其管理中获得,其大小取决于企业在网络中的地位;二是从企业本身独特的能力所获得的竞争优势(Firm-based Advantages),其大小取决于企业本身能力的大小及其在网络中所发挥的作用大小。

(3) 网络的结构方式决定了网络的总体竞争优势。网络的四个结构因



素——网络成员的数量、网络成员的结构、网络成员之间的竞争状况和网络成员之间的合作治理状况，直接影响着网络的竞争优势。

(4) 网络生存与发展的动力在于存在正面的“网络效应”(Network Effect)。网络效应在一定程度上是对网络的“预期”，反映了网络成员对网络的信心。网络效应和网络地位的组合是网络竞争的基本特征。每个网络成员的竞争优势依赖于其合作的伙伴和网络结构。

(5) 提出建立和管理网络的建议：“优化网络内部结构，最大化协作利益，最小化成员冲突”^[21]。

其研究的不足表现在没有用定量的经济模型和其他更为正规的研究方法进行分析研究，“没有强调网络管理‘该怎么做’的基础知识”^[21]，缺乏系统性和理论演绎分析。

1.3.7 国内有关战略网络研究综述

从20世纪90年代末期，随着网络经济、知识经济思想的盛行，国内企业战略理论界也开始介绍和研究企业联盟及其网络，认识到“企业关系网络成为企业新的环境下继续创造价值的手段。如何应用网络战略也就成为中国企业的战略选择”^[22]。

国内最早专门研究战略网络的文章是中山大学的李新春教授1998年发表在《经济研究》上的题为《企业战略网络的生存发展与市场转型》的论文，该文介绍了战略网络的概念并分析了中国企业战略网络的进化过程^[23]。

目前，国内专门研究战略网络的文献较少，主要集中于与战略网络相关的诸如企业网络、企业集群或网络组织的研究，涉及的内容包括了网络的形成动因、意义、特征等方面。综合有关文献，作者认为国内相关研究分为五个方面：

第一方面是从战略联盟研究拓展到联盟网络研究。如李新春教授于2000年出版了国内第一部有关企业战略网络研究的专著——《企业联盟与网络》，书中在论述了战略网络的概念和意义的基础上，重点研究了几个产业和几个区域的战略联盟网络的形成和发展过程，认为现有的只研究两个企业间合作关系的战略联盟理论已不适应网络时代的要求，要用网络的思想来研究战略，强调文化在网络中的作用^[24]。又如南开大学博士后周建出版的《战略联盟与企业竞争力》，认为网络战略是企业战略的发展方向，企业联盟网络之间的竞